

**DAMPAK WABAH COVID-19 TERHADAP WISATA
BUDAYA DI KOTA SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Geografi Fakultas Geografi**

Oleh:

LIZA MAHMUDAH

E 100 160 209

**PROGRAM STUDI GEOGRAFI
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

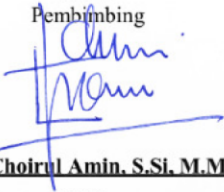
**DAMPAK WABAH COVID – 19 TERHADAP WISATA BUDAYA DI
KOTA SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

LIZA MAHMUDAH
E100160209

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing

Dr. Choirul Amin. S.Si. M.M.
NIK.

HALAMAN PENGESAHAN
DAMPAK WABAH COVID-19 TERHADAP WISATA BUDAYA
DI KOTA SURAKARTA

OLEH :
LIZA MAHMUDAH
E100160209

Telah dipertahankan di depan Dewa Penguji
Fakultas Geografi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari,
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

Dr. Choirul Amin, S.Si, M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

Drs. Priyono, M.Si

(Anggota 1 Dewan Penguji)

M. Iqbal Taufiqurrahman Sunariya, M.Sc. M.URP

(Anggota 2 Dewan Penguji)


(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui
Dekan


Drs. Yuli Priyana, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka

Surakarta, 27 April 2021

Penulis



Liza Mahmudah
E100160209

DAMPAK WABAH COVID-19 TERHADAP WISATA BUDAYA DI KOTA SURAKARTA

Abstrak

Sektor pariwisata berpengaruh terhadap perekonomian industri pariwisata nasional. Kegiatan di industri pariwisata berperan langsung dalam proses pembangunan suatu daerah atau wilayah termasuk Kota Solo yang dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat maupun daerah. Khususnya pada masa pandemic Covid-19 yang menimpa Indonesia sejak awal 2020. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis dampak yang ditimbulkan dari wabah Covid-19 terhadap wisata budaya di Kota Surakarta. (2) Menganalisis strategi adaptasi *stakeholder* wisata budaya di Kota Surakarta selama wabah Covid-19. Metode penelitian ini adalah *Stratified Quota Sampling*. *Stratified Qouta Sampling* merupakan metode penentuan jumlah sampe berdasarkan karakteristik yang berbeda-beda (Yunus, 2010). Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dari data yang telah didapat dengan kuisioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan Spasial untuk mengetahui pengaruh/dampak secara spesifik dari wabah covid-19 terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar dan penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi adaptasi yang dilakukan oleh para *stakeholder*. Hasil penelitian ini antara lain dampak yang terjadi terhadap obyek wisata di Kota Surakarta mengalami penundaan jadwal tampil dan penutupan sementara hingga waktu yang tidak ditentukan. Lalu, para *stakeholder* juga mengalami dampak seperti penurunan pendapatan, melakukan hal baru seperti membuat usaha dan lainnya. Strategi yang digunakan pada *stakeholder* pihak obyek wisata ada yang melakukan penutupan serta melakukan kenaikan tiket masuk dan pementasan secara daring. Penyedia jasa menerapkan pemindahan tempat bekerja, pedagang mengurangi jumlah produksi. Sedangkan, seniman yang memilih melakukan hal baru seperti berjualan secara online dan membuat kerajinan seni.

Kata Kunci: Dampak, Strategi adaptasi, Covid-19, Obyek Wisata

Abstract

The tourism sector affects the economy of the national tourism industry. Activities in the tourism industry play a direct role in the development process of an area or region including The City of Solo that can contribute to increase the income of the community and the region. Especially during the Covid-19 pandemic that has hit Indonesia since the beginning of 2020. The purpose of this study is (1) Analyzing the impact of the Covid-19 outbreak on cultural tourism in Surakarta. (2) Analyzing the adaptation strategy of cultural tourism stakeholders in Surakarta during the Covid-19 outbreak. This research method is Stratified Quota Sampling. Stratified Qouta Sampling is a method of determining the number of sampe based on different characteristics (Yunus,

2010). The data analysis method used by this study is qualitative descriptive of the data that has been obtained with questionnaires. In this study, researchers used Spatial approach to determine the specific influence/impact of the covid-19 outbreak on the socioeconomic surrounding community and this study also used SWOT analysis to find out adaptation strategies conducted by stakeholders. The results of this study include the impact on tourism objects in Surakarta city experiencing delays in the schedule of performance and temporary closure until an indefinite time. Then, stakeholders also experience impacts such as declining revenues, doing new things such as making businesses and others. The strategy used on stakeholders of tourism objects there are closing and increasing admission and staging tickets online. Service providers implement the relocation of workplaces, traders reduce the amount of production. Meanwhile, artists who choose to do new things such as selling online and making art crafts.

Keywords: Impact, Adaptation Strategy, Covid-19, Tourism Object

1. PENDAHULUAN

Tahun 2020 dunia dikagetkan dengan adanya kejadian luar biasa yaitu infeksi berat dengan penyebab yang belum diketahui, berawal dari laporan suatu wilayah di Cina tepatnya Kota Wuhan, Provinsi Hubei kepada *World Health Organization* (WHO), terdapat 44 pasien penumonianya yang berat. Diperkirakan hal ini terkait dengan adanya pasar basah yang menjual ikan, hewan laut, dan berbagai hewan lainnya yang akhirnya pada 10 Januari 2020 teridentifikasi bahwa penyebabnya ditemukan pada kode genetik yakni virus baru dengan nama novel corona virus (nCoV-19). Tidak lama setelah laporan dari Cina, mulai muncul laporan-laporan baru dari negara lain yaitu Korea Selatan, Jepang, Thailand, Amerika Serikat, Mukau, Hongkong, Singapura, Malaysia hingga total 25 negara termasuk Prancis, Jerman, Uni Emirat Arab, Vietnam dan Kamboja. Penularan lain dilaporkan pada pendamping wisatawan Cina yang sedang berkunjung ke Jepang dan pergi ke Kota Wuhan. Pada akhir Januari 2020 WHO menetapkan status *Global Emergency* pada kasus virus ini dan tepatnya pada 11 Februari 2020 WHO menamakannya sebagai virus COVID-19. Hingga 28 Maret 2020, jumlah kasus infeksi COVID-19 terkonfirmasi mencapai 571.678 kasus. Kasus terbanyak awalnya ada di Cina sekitar 82.230 kasus, namun saat ini kasus terbanyak

ada di Italia dengan 86.498 kasus, diikuti oleh Amerika Serikat dengan 85.228 kasus. Virus COVID-19 telah menyebar hingga ke 199 negara. Tingkat kematian akibat penyakit ini mencapai 4-5% dengan kematian paling beresiko terjadi pada kelompok usia di atas 65 tahun. Virus ini menyebar hingga ke Indonesia (Handayani, 2020).

Surakarta memiliki semboyan yaitu “Berseri” yang memiliki akronim dari “Bersih, Sehat, Rapi dan Indah”, semboyan tersebut dijadikan sebagai slogan pemeliharaan keindahan kota. Sedangkan untuk kepentingan pemasaran pariwisata, Surakarta mengambil slogan pariwisata **Solo, The Spirit of Java** (Jiwanya Jawa) dengan tujuan sebagai upaya pencitraan kota Surakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa. Slogan *Solo The Spirit of Java* diperoleh dari hasil sayembara yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surakarta pada 4 Oktober sampai 14 November 2005 karena Logo dan Slogannya yang menjabarkan konsep Spirit of Java dalam wujud visual.

Identitas visual yang berupa tulisan “Solo” yang dibawahnya terdapat aksan huruf “O” berbentuk relung diperoleh dari ekstraksi konsep visual yang merefleksikan kesan Jawa, relung dalam logo bisa mengingatkan orang pada ornamen keris, batik atau mebel yang merujuk pada wilayah. Untuk penduduk kota Surakarta dijuluki atau disebut sebagai *wong Solo* dan *putri Solo*. Surakarta dijadikan sebagai daerah tujuan wisata yang didatangi oleh wisatawan kota-kota besar. Tujuan wisata utamanya adalah Taman Budaya Jawa Tengah, Pura Mangkunegaran, dan Wayang Orang Sriwedari.

Surakarta atau Kota Solo dikenal sebagai salah satu inti kebudayaan Jawa dikarenakan secara tradisional merupakan salah satu pusat politik dan pengembangan tradisi Jawa. Dalam perkembangannya, kebudayaan di Kota Solo menjadi mengakar karena tumbuh dengan subur dan kuat. Hal itu dikuatkan oleh masyarakat solo yang masih banyak berpegang pada nilai-nilai tradisional sehingga pemerintah dan masyarakat memiliki banyak upaya untuk lebih kreatif dalam menarik minat dan perhatian masyarakat maupun pengunjung yang menganut pada potret kemakmuran dan kejayaan kerajaan Mataram antara lain dengan cara mengadakan acara-acara budaya seperti carnavall dan festival. Kota ini mampu mengembangkan dan

memanfaatkan aset dari warisan budaya menjadi objek wisata yang mendorong berkembangnya berbagai literatur berbahasa Jawa, Tarian, seni boga, busana, arsitektur dan bermacam-macam ekspresi budaya lainnya (Zaida & Arifin, 2010).

Pandemi Covid 19 telah berdampak terhadap berbagai sektor dalam kehidupan manusia. Sektor pariwisata yang selama ini digadang-gadang sebagai sumber kontribusi devisa terbesar kedua bagi Indonesia mengalami penurunan drastis. Sejumlah stimulus disiapkan pemerintah untuk membangkitkan sektor pariwisata tak mampu membendung dampak negatif Covid-19. Tidak adanya kunjungan wisatawan baik dalam maupun luar negeri menyebabkan banyak atraksi wisata budaya ditutup, mayoritas hotel juga mengalami penurunan dan berarti tak ada pendapatan bagi masyarakat yang bekerja di sektor pariwisata maupun pemasukan anggaran bagi pemerintah provinsi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Februari 2020 mengalami kontraksi hingga 30,42% dibandingkan Januari 2020, dan turun 28,85% dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu (Solemede, 2020).

Peneliti ingin melihat dampak dari wabah virus corona (covid-19) pada obyek wisata daerah Solo khususnya Taman Bundaya Jawa Tengah, W.O Sriwedari, Pura Mangkunegaran yang biasanya sangat minat dan ramai dikunjungi oleh para wisatawan. Adapun fokus dari pada penelitian yang menarik perhatian peneliti ialah tentang Dampak Wabah COVID-19 Terhadap Wisata Budaya Di Kota Surakarta.

2. METODE

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel di lapangan yaitu menggunakan metode *Stratified Qouta Sampling*. *Stratified Qouta Sampling* merupakan metode penentuan jumlah sampe berdasarkan karakteristik yang berbedabeda (Yunus, 2010). Metode tersebut digunakan untuk mengetahui dampak adanya virus Covid-19 terhadap pihak yang berkaitan dengan wisata budaya yang ada di Kota Surakarta secara

bertingkat. Tingkatan/strata pada sampel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1 *Stratified Qouta Sampling* sampel stakeholder pada wisata budaya di Kota Solo

No.	Strata Sampel	Quota
1.	Pengelola wisata	1 x 3 obyek = 3
2.	Seniman	3 x 3 obyek = 9
3.	Pedagang	5 x 3 obyek = 15
4.	Penyedia Jasa	5 x 3 obyek = 15

Sumber : Peneliti, 2021.

Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dari data yang telah didapat dengan kuisioner kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dari data yang didapatkan saat observasi lapangan. Metode ini digunakan pada penelitian yang bersifat kualitatif. Metode analisis statistik tidak digunakan, penarikan kesimpulan dari data yang didapatkan saat observasi lapangan yang kemudian di uraikan secara deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengetahui dan menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh wabah covid-19 terhadap wisata budaya serta mengetahui strategi adaptasi yang dilakukan oleh *stakeholder* atau para pengelola wisata, seniman, pedagang serta penyedia jasa yang ada di sekitar wisata budaya Kota Surakarta. Sehingga, didapatkan variable penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel Dampak Covid-19
 1. Dampak Covid-19 terhadap jumlah pengunjung
 2. Dampak Covid-19 terhadap jumlah pendapatan

3. Dampak Covid-19 terhadap jumlah operasional
- b. Variabel Strategi Adaptasi
 1. Strategi Adaptasi terhadap *product*/jasa
 2. Strategi Adaptasi terhadap *price*/harga
 3. Strategi Adaptasi terhadap *place*/tempat
 4. Strategi Adaptasi terhadap *promotion*/promosi

Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai respon dari para *stakeholder* di sekitar kawasan wisata budaya yang terdampak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan Spasial untuk mengetahui pengaruh/dampak secara spesifik dari wabah covid-19 terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar dan penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi adaptasi yang dilakukan oleh para *stakeholder*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Dampak Yang Ditimbulkan Dari Wabah Covid-19 Terhadap Wisata Budaya Di Kota Surakarta

3.1.1 Dampak Pandemi Terhadap Jadwal Acara

Dampak dari wabah Covid-19 yang terjadi saat ini pada jumlah pengunjung mengalami penurunan di karenakan adanya peraturan pemerintah agar tetap dirumah berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada obyek Taman Budaya Jawa Tengah pengunjung yang berkurang hingga 50%, kemudian pada obyek wisata Pura Mangkunegaran juga mengalami penurunan pengunjung namun tidak dapat di tentukan berapa berkurangnya, lalu pada obyek wisata Wayang Orang Sriwedari penurunan pengunjung terjadi karena penutupan arena pentas terjadi. Selain itu dampak tersebut dirasakan terutama pada penyedia jasa dan pedagang karena para pedagang dan penyedia jasa pendapatan bergantung pada banyak sedikitnya pengunjung yang berdatangan. Seperti tabel berikut ini:

Tabel 2. Dampak Pandemi Terhadap Jumlah Pengunjung

<i>Stakeholder</i>	Dampak	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Pengelola Wisata	Berkurang hingga 50% setiap hari	1	33,33%	3	100%
	Pengunjung tidak ada, karena adanya penutupan	1	33,33%		
	Penurunan pengunjung yang datang	1	33,33%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dampak yang ditimbulkan dari wabah Covid-19 ini mempengaruhi jumlah pendapatan yang berkurang. Hal tersebut dirasakan oleh penyedia jasa, pedagang, para seniman karena banyak sedikitnya pengunjung merupakan salah satu pemicu banyaknya pendapatan yang akan didapatkan. Akan tetapi dari wabah Covid-19 yang terjadi pihak pengelola tidak merasakan adanya penurunan pendapatan. Seperti tabel berikut yang memaparkan *stakeholder* yang mengalami dampak dari pandemic terhadap pendapatan

Tabel 3. Dampak Pandemi Terhadap Pendapatan

<i>Stakeholder</i>	Dampak	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Seniman	Mengalami Penurunan	9	23,08%	39	100%
Pedagang	Menurun	4	10,26		
	Menurun drastis	1	2,56		
	Mengalami penurunan	10	25,64		
Penyedia Jasa	Mengalami Penurunan	13	33,33		
	Menurun hingga 50%	1	2,56		
	Menurun drastis	1	2,56		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.1.2 Dampak Pandemi Terhadap Jam Operasional

Dampak dari pandemi yang berlangsung mempengaruhi terhadap jam operasional yang sangat berdampak pada seniman yaitu waktu yang sudah direncanakan atau terjadwal

terpaksa di rancang ulang karena beberapa hal terjadi seperti tidak adanya pementasan sementara maupun jadwal acara yang tertunda atau mengalami pembatalan. Berikut ini adalah tabel mengenai data tersebut

Tabel 4. Dampak Pandemi Terhadap Jam Operasional

<i>Stakeholder</i>	Dampak	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Seniman	Tertunda sehingga mengakibatkan pembatalan acara	9	100%	9	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.1.3 Dampak Pandemi Terhadap Jadwal Acara

Jadwal acara yang sudah direncanakan sebelum pandemic Covid-19 berlangsung secara terpaksa harus mengalami penundaan atau pembatalaan acara pentas karena terkait akan peraturan pemerintah untuk menghindari akan terjadinya kerumunan. Hal ini mengakibatkan secara keseluruhan berdampak pada seluruh *stakeholder* terutama pada seniman dan pengelola wisata. Karena jadwal acara yang berlangsung di obyek wisata ditentukan oleh pengelola wisata dan seniman. Berikut ini tabel mengenai dampak pandemic terhadap jadwal acara:

Tabel 5. Dampak Pandemi Terhadap Jam Operasional

<i>Stakeholder</i>	Dampak	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Seniman	Tertunda sehingga mengakibatkan pembatalan acara	9	75%	12	100%
Pengelola Wisata	Tertunda	1	8,33%		
	Sementara tidak ada jadwal	1	8,33%		
	Tertunda secara keseluruhan	1	8,33%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.2 Strategi Adaptasi *Stakeholder* Selama Pandemi Di Obyek Wisata Taman Budaya Jawa Tengah

3.2.1 Strategi Produk (*Product*)

Strategi dalam menentukan produk yang dijual belikan di sekitar obyek wisata pada penelitian ini dengan cara mengurangi jumlah produksi, dengan upaya tersebut pedagang akan menghindari terjadi kerugian yang dialami pedagang. Selain itu, pedagang buku yang berada di sekitar obyek wisata Wayang Orang Sriwedari strategi yang digunakan dengan cara memperbarui buku yang diperjualkan.

Tabel 6. Strategi Produk di Obyek Wisata di Kota Surakarta

<i>Stakeholder</i>	Strategi	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Pedagang	Pedagang mengurangi produksi untuk mengurangi kerugian	15	100%	15	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.2.2 Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga yang digunakan para *stakeholder* (pedagang) mayoritas tidak menurunkan harga karena pada saat pandemic berlangsung pengunjung yang berdatangan sepi sehingga tidak memungkinkan menurunkan harga. Akan tetapi, ada yang menurunkan harga. Pengelola wisata juga melakukan menaikkan harga tiket yang digunakan sebagai tanda wisatawan obyek wisata Pura Mangkunegaran yaitu dengan harga sebelumnya Rp. 10.000 menjadi Rp 20.000

Tabel 7. Strategi Harga di Obyek Wisata di Kota Surakarta

<i>Stakeholder</i>	Strategi	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Pengelola Wisata	Kenaikan harga tiket masuk	1	20%	5	100%
Pedagang	Melakukan kenaikan harga jual	4	80%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.2.3 Strategi Tempat (*Place*)

Penentuan tempat banyak dilakukan para penyedia jasa dengan cara berpindah tempat dalam mencari penumpang yaitu tempat yang dituju adalah tempat yang masih sering didatangi oleh masyarakat antara lain tempat perbelanjaan. Strategi tempat yang digunakan berguna dalam menghadapi saat masa pandemic berlangsung termasuk pedagang juga dapat menerapkan perpindahan tempat berdagang tetapi mayoritas tetap memilih berada ditempat yang sama dengan sebelum masa pandemic berlangsung.

Tabel 8. Strategi Tempat di Obyek Wisata di Kota Surakarta

<i>Stakeholder</i>	Strategi	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Penyedia Jasa	Melakukan perpindahan tempat untuk bekerja	15	88,23%	17	100%
Pedagang	Melakukan perpindahan tempat untuk berdagang	2	11,77%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.2.4 Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan oleh pedagang yang berada disekitar obyek wisata. Promosi tersebut berlaku untuk menarik pembeli dengan cara antar mulut ke mulut. Strategi antar mulut ke mulut walaupun kurang efektif akan tetapi dapat menjadi salah satu sarana bagi pedagang dengan cara memberi tahu kepada tukang parkir yang ada maka akan terdengar oleh pengunjung yang ada.

Tabel 9. Strategi Promosi Obyek Wisata di Kota Surakarta

<i>Stakeholder</i>	Strategi	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Pedagang	Melakukan promosi untuk menarik pembeli	2	100%	2	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3.2.5 Strategi Orang (*People*)

Strategi ini merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan layanan atau produk terbaik. Strategi yang diterapkan oleh para *stakeholder* yang berada di obyek wisata penelitian dengan cara mematuhi protokol yang di anjurkan oleh pemerintah. Selain

itu, pedagang juga menerapkan strategi ini dengan cara memberikan daya tarik untuk pengunjung melalui banner serta untuk yang mempunyai dagangan seperti buku memiliki strategi dengan memperbarui barang. Namun, ada juga yang tidak melakukan apapun karena dianggap usaha yang dilakukan tidak memberikan hasil yang maksimal sehingga banyak pedagang yang lebih memilih tetap menjalani profesinya seperti sebelum pandemic ini berlangsung. Selanjutnya pihak pengelola juga melakukan strategi dengan penguatan informasi dengan media sosial.

Tabel 10. Strategi Orang Obyek Wisata di Kota Surakarta

<i>Stakeholder</i>	Strategi	<i>f</i>	%	Total (<i>f</i>)	Total (%)
Seniman	Mematuhi protokol kesehatan	9	60%	15	100%
Pengelola Wisata	Penguatan informasi melalui media sosial	3	20%		
Pedagang	Merubah banner toko	2	13,33%		
	Memperbarui barang dagangan (buku)	1	6,66%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan strategi yang digunakan Taman Budaya Jawa Tengah mempunyai kekuatan strategi yang baik dengan cara menampilkan pentas seni secara dalam jaringan secara tetapi mempunyai kelemahan. Kelemahan dari strategi tersebut adalah tidak menjamin akan kelancaran selama acara berlangsung karena bergantung pada koneksi internet, namun ini merupakan sebuah peluang bagi Taman Budaya Jawa Tengah (TBJT) karena memudahkan untuk menampilkan sebuah karya seni kepada publik.

Wayang Orang Sriwedari terpaksa menunda seluruh acara yang sudah dijadwalkan ini merupakan strategi yang mengakibatkan jumlah pendapatan seniman mengalami penurunan serta menjadi ancaman tersendiri bagi para seniman. Selain strategi adaptasi dengan cara menunda acara-acara terdapat juga strategi adaptasi dengan membuat

inovasi baru yaitu berjualan secara *online*, inovasi tersebut dapat menjadi sebuah peluang bagi para pekerja seni dalam mencukupi kehidupan sehari-hari karena terjadinya penundaan acara.

Strategi adaptasi yang digunakan obyek wisata Pura Mangkunegaran dengan cara menaikkan tarif retribusi tiket masuk merupakan peluang dalam menjaga jumlah pendapat untuk obyek wisata Pura Mangkunegaran tetapi strategi ini mempunyai kelemahan yang akan menjadi ancaman bagi obyek wisata tersebut, karena harganya yang meningkat mengakibatkan pengunjung tidak akan datang karena faktor ekonomi. Menerapkan protokol kesehatan juga merupakan salah satu strategi yang harus dilakukan karena para pekerja seni pasti akan terjadi kontak sentuh antar seniman. Namun, dapat mengakibatkan terjadinya komunikasi yang buruk antar seniman ketika sedang melakukan pentas seni sehingga mengakibatkan ancaman terjadinya konsep pertunjukkan pentas seni akan mengalami perubahan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Dampak wabah Covid-19 menyebabkan penurunan pengunjung yang datang ke tempat wisata, sehingga obyek wisata, seniman, penyedia jasa dan pedagang mengalami menurunnya jumlah pendapatan. Jadwal acara-acara mengalami penundaan sehingga acara yang sudah dijadwalkan mengalami kemunduran waktu penampilan pentas seni. Penyedia jasa sulit dalam mencari penumpang, sedangkan pedagang juga mengalami kesulitan mencari pembeli.
2. Strategi yang digunakan Taman Budaya Jawa Tengah (TBJT) merupakan strategi paling optimal dalam menampilkan pementasan secara dalam jaringan. Beberapa seniman mempunyai strategi dengan berjualan barang dagangan secara *online*. Strategi tempat penyedia jasa mempunyai strategi adaptasi dengan cara berpindah tempat yang ramai akan pengunjung dalam mencari penumpang. Strategi produk pedagang memilih strategi adaptasi dengan cara

mengurangi modal jumlah produksi. Strategi harga diterapkan oleh Pura Mangkunegaran dengan menaikkan harga tiket.

4.2 Saran

1. Sebaiknya para *stakeholder* membentuk perhimpunan guna menentukan strategi adaptasi yang dilakukan supaya tidak ada yang mengalami kerugian besar. Karena dengan adanya komunikasi antar *stakeholder* menghasilkan sebuah kesepakatan melalui diskusi yang dapat dimanfaatkan guna menghadapi selama pandemic berlangsung.
2. Untuk menindak lanjuti mengenai dampak dari wabah yang mengakibatkan pandemic memerlukan data mengenai jumlah pengunjung dari luar daerah, supaya mengetahui pengunjung daerah mana saja yang mendominasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, D., Hadi, D. R., Isbaniah, F., Burhan, E., Agustin, H. (2019). *Penyakit Virus Corona* . Jurnal Respirologi Indonesia. Vol. (40) 2: 119-129. <http://www.jurnalrespirologi.org>.
- Zaida, S. N. A., & Arifin, N. H. (2010). Surakarta: perkembangan kota sebagai akibat pengaruh perubahan sosial pada bekas ibukota kerajaan di Jawa. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 2(2).
- Solemede, I., dkk. (2020). Strategi Pemulihan Potensi Pariwisata Budaya Di Provinsi Maluku (Suatu Kajian Analisis di Masa Transisi Kenormalan Baru). *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 1(1), 69-86.
- Yunus, H.S (2010) *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Pustaka Pelajar. D.I.Yogyakarta: Yogyakarta.